

## CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 14309/2024

DECISÃO PROFERIDA PELO DIRETOR REGIONAL DO SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM COMERCIAL – SENAC, ADMINISTRAÇÃO REGIONAL NO ESTADO DE SÃO PAULO.

Trata o presente julgamento do recurso interposto pela Licitante **DUETTO PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA** em face da pontuação de classificação atribuída pela Comissão Especial de Licitação (CEL) às empresas licitantes Boas Ideias Inteligência em Pesquisa e Estratégia Digital Ltda. (62 pontos); Duetto Publicidade e Propaganda Ltda. (67 pontos); e Tudor Comunicação Ltda. (70 pontos).

A licitação, na modalidade concorrência pública, do tipo técnica e preço, tem por objeto a Prestação de Serviço para Assessorar na Concepção / Criação de Campanhas e Peças Digitais e Impressas para Ações de Comunicação do Senac São Paulo e Rede Senac EAD”, de acordo com a minuta de Contrato e demais documentos anexos ao Edital.

Irresignada, apresenta a Recorrente seu recurso, pleiteando que:

- A) Seja reconsiderada a pontuação atribuída a Duetto Publicidade e Propaganda Ltda., em relação ao Item 2 – Estratégia de Comunicação Publicidade do Processo B (Exercício);

Assessoria Jurídica  
Senac São Paulo

Rua Dr. Vila Nova, 228 9º andar sala 903  
CEP 01222-903 – São Paulo / SP – Brasil  
Tel.: 11 3236 2750  
aj@sp.senac.br  
www.sp.senac.br



- B) O julgamento em relação ao quesito originalidade, exigido no Edital, seja imparcial e levado em consideração na pontuação de todos os participantes; e
- C) Seja reavaliada a pontuação da empresa Tudor Comunicação Ltda., em relação ao Item 3 – Ideia Criativa de Processo B (Exercício).

Sustenta a recorrente que a Comissão Especial de Licitação não teria observado os princípios da legalidade, da impessoalidade, da moralidade, da igualdade, da publicidade, da probidade administrativa, da vinculação ao instrumento convocatório, do julgamento objetivo e dos que lhes são correlatos, na medida em que: primeiro, *“a pontuação atribuída a agência Duetto considerou o elemento “multi” inadequado, quando utilizado isoladamente, levando em conta somente o contexto gramatical; e segundo, a Comissão Especial de Licitação deveria “rever a avaliação da empresa licitante “Tudor Comunicação Ltda.” no quesito originalidade, uma vez que ficou inequivocamente demonstrado o desatendimento de tal solicitação.”*

A licitante TUDOR COMUNICAÇÃO LTDA. apresentou contrarrazões, demonstrando inexistir elementos para o provimento do recurso.

É o relatório.

Regular e tempestivamente recebido e processado, passa-se à análise do recurso.

## **PERSONALIDADE JURÍDICA DO SENAC E A LEGISLAÇÃO APLICÁVEL ÀS LICITAÇÕES E CONTRATOS**

O Senac São Paulo é uma instituição privada, sem fins lucrativos, que não integra a Administração Pública direta (União, Estados, Distrito

Assessoria Jurídica  
Senac São Paulo

Rua Dr. Vila Nova, 228 9º andar sala 903  
CEP 01222-903 – São Paulo / SP – Brasil  
Tel.: 11 3236 2750  
aj@sp.senac.br  
www.sp.senac.br



Federal e Municípios) ou indireta (autarquias, agências reguladoras, agências executivas, fundações públicas, consórcios públicos, sociedades de economia mista e empresas públicas).

Como consequência, possui autonomia para gerir seu orçamento e realizar contratações, mediante regulamento próprio, observando os princípios gerais do processo licitatório e consentâneos ao art. 37, *caput*, da Constituição Federal.

Nesse sentido, já decidiu o Supremo Tribunal Federal que:

*“Os serviços sociais autônomos integrantes do denominado Sistema “S”, vinculados a entidades patronais de grau superior e patrocinados basicamente por recursos recolhidos do próprio setor produtivo beneficiado, ostentam natureza de pessoa jurídica de direito privado e não integram a Administração Pública, embora colaborem com ela na execução de atividades de relevante significado social. Tanto a Constituição Federal de 1988, como a correspondente legislação de regência (como a Lei 8.706/93, que criou o Serviço Social do Trabalho – SEST) asseguram autonomia administrativa a essas entidades, sujeitas, formalmente, apenas ao controle finalístico, pelo Tribunal de Contas, da aplicação dos recursos recebidos.”<sup>1</sup>*

O Tribunal de Contas da União - TCU, por sua vez, há muito reconheceu que *“os Serviços Sociais Autônomos não estão sujeitos à observância aos estritos procedimentos estabelecidos na Lei nº 8.666/93 e sim aos seus regulamentos próprios, devidamente publicados, consubstanciados nos princípios gerais do processo licitatório.” (TCU – Pleno – Decisões 907/1997 e 461/98).*

<sup>1</sup> STF. RE 789.874. Min. Rel. Teori Zavaski, julgado em 17/09/2014.

Assessoria Jurídica  
Senac São Paulo

Rua Dr. Vila Nova, 228 9º andar sala 903  
CEP 01222-903 – São Paulo / SP – Brasil  
Tel.: 11 3236 2750  
aj@sp.senac.br  
www.sp.senac.br



Dito isso, cabe mencionar que para a contratação de obras, serviços e compras, bem como alienações de bens, o Senac São Paulo segue o seu regulamento próprio, consubstanciado na época da contratação pela Resolução nº 01/2024.

## DO MÉRITO

Quanto ao mérito, o recurso não **merece provimento**.

Segue, ponto a ponto, a análise dos pedidos formulados pela recorrente.

### **Item A - Seja reconsiderada a pontuação atribuída a Duetto Publicidade e Propaganda Ltda., em relação ao Item 2 – Estratégia de Comunicação Publicidade do Processo B (Exercício)**

Nesse quesito, a Comissão Especial de Licitação (CEL), responsável pela avaliação da proposta, considerou que o exercício elaborado pela Duetto atende parcialmente às expectativas do Senac. A recorrente apresentou uma proposta baseada no slogan: “*Meu futuro é Multi*”. A Comissão consultou a Academia Brasileira de Letras sobre a possibilidade de o elemento “*Multi*” ser utilizado isoladamente, tendo recebido a seguinte resposta: “... *gramaticalmente não pode. Multi- é elemento de composição, antepositivo, do latim multus... abundante, numeroso, em grande quantidade. Diante da letra h e de vogal idêntica à sua final, no caso a vogal i, emprega-se o hífen, como em multi-habilidade e multi-instrumentista. Nos demais casos, junta-se ao segundo elemento: multicelular, multidisciplinar, multifocal etc.*”

Assessoria Jurídica  
Senac São Paulo

Rua Dr. Vila Nova, 228 9º andar sala 903  
CEP 01222-903 – São Paulo / SP – Brasil  
Tel.: 11 3236 2750  
aj@sp.senac.br  
www.sp.senac.br



Para justificar sua proposta, a Duetto considerou “*aspectos sociolinguísticos e uso estratégico da linguagem coloquial...*” e apresentou revisão bibliográfica com a visão de estudiosos do assunto. Apontou que “*não existe nenhuma língua que esteja isenta de apresentar dinamismo inerente, logo, toda língua é passível de sofrer variação e mudança linguística.*” O texto sugere, ainda, que “*Há uma espécie de “licença poética” no discurso publicitário, muitas vezes, que preferem sacrificar a gramática a usá-la corretamente para o objetivo que se pretende naquele contexto.*”

Como parte de sua argumentação, a recorrente apresentou casos de campanhas publicitárias que optaram pelo uso dessa “*licença poética*” para transmitir uma mensagem publicitária. São “*peças publicitárias que utilizam estratégia de linguagem que suspendem a norma culta para transmitir a mensagem desejada...*”. Apresentou, inclusive, um caso do Senac Piauí, cuja administração é independente do Departamento Regional do Senac São Paulo, Regional do presente processo de licitação.

Não há dúvida de que a língua é dinâmica e que sofre variações. Contudo, importante ressaltar que o uso formal dessas variações depende de sua inclusão nos dicionários e nas regras gramaticais que regem cada idioma. O próprio Recurso reconhece que “*... é inquestionável o seu (Senac) dever de zelar pela variante padrão da língua portuguesa, todavia, também deve ser um espaço de discussão sobre as variantes linguísticas que compõem a riqueza da nossa língua.*”

Não há como discordar dessa afirmação. Como instituição de ensino, o Senac São Paulo, em suas reuniões pedagógicas ou em salas de aula, pode ser um ambiente para discussão das variações da língua. Nas comunicações formais, entretanto, assim como numa campanha publicitária de amplo alcance, é

Assessoria Jurídica  
Senac São Paulo

Rua Dr. Vila Nova, 228 9º andar sala 903  
CEP 01222-903 – São Paulo / SP – Brasil  
Tel.: 11 3236 2750  
aj@sp.senac.br  
www.sp.senac.br



inquestionável o dever da instituição de “...zelar pela variante padrão da língua portuguesa...”.

**Item B - O julgamento em relação ao quesito originalidade, exigido no Edital, seja imparcial e levado em consideração na pontuação de todos os participantes.**

Ao formular tal pedido, a Duetto Publicidade e Propaganda Ltda. evidencia sua opinião de que o julgamento não teria sido imparcial. O Recurso Administrativo, porém, não apresenta qualquer prova ou evidência concreta de que o julgamento tenha sido conduzido de forma parcial.

A discrepância entre as notas atribuídas pela Comissão Especial de Licitação, em relação ao quesito apontado pela Duetto, poderia ser interpretada como um sinal de que a avaliação foi conduzida de forma parcial. Há que se notar, porém, que a Comissão atribuiu a mesmíssima avaliação (16 pontos) para as três propostas apresentadas.

Resta evidenciado, portanto, que o julgamento dos critérios definidos no Edital 14309/2024, realizado pela Comissão Especial de Licitação (CEL), foi baseado na imparcialidade, como são conduzidos todos os processos licitatórios do Senac São Paulo.

**Item C - Seja reavaliada a pontuação da empresa Tudor Comunicação Ltda., em relação ao Item 3 – Ideia Criativa de Processo B (Exercício).**

A Duetto Publicidade e Propaganda Ltda. questionou em seu recurso a originalidade e a criatividade da proposta apresentada pela empresa Tudor

Assessoria Jurídica  
Senac São Paulo

Rua Dr. Vila Nova, 228 9º andar sala 903  
CEP 01222-903 – São Paulo / SP – Brasil  
Tel.: 11 3236 2750  
aj@sp.senac.br  
www.sp.senac.br



Comunicação Ltda. alegando haver “...semelhança tipográfica, conceitual, estilística e rítmica...” entre a proposta apresentada pela agência Tudor e a atual campanha publicitária realizada pelo Senac São Paulo.

O briefing e os critérios de avaliação da proposta técnica são claramente explicitados nas páginas 25, 26, 44 e 45 do Edital de Concorrência nº 14309/2024. E, dentre essas informações, não consta a restrição ou o impedimento de que haja uma conexão entre a proposta criativa solicitada aos participantes da licitação e a atual campanha institucional promovida pelo Senac São Paulo.

Ao propor o slogan “*Quer fazer? Senac!*”, a empresa Tudor Comunicação Ltda. claramente estabelece essa conexão com a atual campanha. A Comissão Especial de Licitação entende, porém, que ao inserir o verbo “*fazer*” no centro da campanha, seja no slogan ou em peças que são finalizadas com a frase “para você sair fazendo”, a agência traz uma proposta nova e criativa, que reforça a identidade da marca.

Em quase oito décadas de existência, a instituição sempre priorizou a vivência e a prática profissional. No passado, o Senac São Paulo contava com estabelecimentos comerciais abertos ao público para a formação prática de seus estudantes (loja, supermercado, restaurantes). Hoje, mantém dois hotéis-escola, que servem como ambientes de aprendizagem para estudantes das áreas de hotelaria e gastronomia. A noção de que o Senac estimula o “*Aprender fazendo*” é um dos pilares do Jeito Senac de Educar e consta em propostas pedagógicas ou em peças de comunicação da instituição.

O slogan “*Quer fazer? Senac!*”, proposto pela Tudor Comunicação Ltda. traz, portanto, um novo elemento para a campanha publicitária

Assessoria Jurídica  
Senac São Paulo

Rua Dr. Vila Nova, 228 9º andar sala 903  
CEP 01222-903 – São Paulo / SP – Brasil  
Tel.: 11 3236 2750  
aj@sp.senac.br  
www.sp.senac.br



institucional, que estabelece clara conexão com os propósitos e com a identidade da instituição. Como já ocorre com o “*Quer saber? Senac!*”, a nova proposta confere exclusividade ao slogan, já que não pode ser apropriado por outra empresa ou por outra instituição de ensino.

Para ilustrar essa noção de exclusividade, basta comparar o slogan “*Quer fazer? Senac!*” ao slogan proposto pela Duetto, “*Meu futuro é Multi*”. É claro que a ideia de *multiplicidade* também evidencia atributos da marca. O Senac São Paulo oferece um amplo portfólio de cursos, em diversas áreas e em diferentes níveis de ensino. Mas é claro, também, que “*Meu futuro é Multi*” poderia ser utilizado como slogan para campanhas publicitárias de outras instituições de ensino ou de outras empresas. A própria Duetto, ao defender o uso do elemento “*multi*”, traz exemplos de outras empresas - como, um shopping center, uma empresa de telefonia - que fizeram uso do elemento “*Multi*” em suas campanhas publicitárias. Ou seja, com o slogan “*Meu futuro é Multi*”, além do aspecto gramatical já tratado, a campanha publicitária perderia em originalidade e exclusividade.

Avaliados os pedidos da recorrente Duetto Publicidade e Propaganda Ltda., não foram encontrados motivos para a redução da nota atribuída à empresa Tudor Comunicação Ltda.

Pelos motivos acima expostos, deve permanecer inalterada a decisão proferida pela Comissão Especial de Licitação e, por consequência, as classificações das empresas concorrentes.

Irretocável, portanto, a decisão da Comissão Especial de Licitação quanto à pontuação de classificação atribuída às empresas licitantes Boas

Assessoria Jurídica  
Senac São Paulo

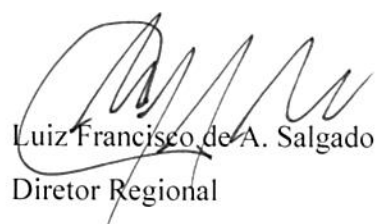
Rua Dr. Vila Nova, 228 9º andar sala 903  
CEP 01222-903 — São Paulo / SP — Brasil  
Tel.: 11 3236 2750  
aj@sp.senac.br  
www.sp.senac.br



Ideias Inteligência em Pesquisa e Estratégia Digital Ltda. (62 pontos); Duetto Publicidade e Propaganda Ltda. (67 pontos); e Tudor Comunicação Ltda. (70 pontos).

Por todo o exposto, **NEGA-SE PROVIMENTO** ao recurso interposto pela licitante **DUETTO PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA.**, mantendo-se a decisão proferida pela Comissão Especial de Licitação.

São Paulo, 2 de julho de 2024.



Luiz Francisco de A. Salgado  
Diretor Regional



Assessoria Jurídica  
Senac São Paulo

Rua Dr. Vila Nova, 228 9º andar sala 903  
CEP 01222-903 — São Paulo / SP — Brasil  
Tel.: 11 3236 2750  
aj@sp.senac.br  
www.sp.senac.br